

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini merupakan penelitian yang memiliki metode yang sama yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Metode yang peneliti gunakan sendiri yaitu analisis *framing* Robert M. Entman yang cocok sekali digunakan untuk media massa, terkhususnya untuk media *online*. Penelitian terdahulu pun menjadikan referensi yang baik bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya. Adapun sumber penelitian terdahulunya sebagai berikut:

1. Skripsi Tita Salsabila, Universitas Komputer Indonesia 2019 yang membahas mengenai Pembingkaiian Berita Banjir Jatiendah di Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 11, Februari 2019.
2. Skripsi Sayyidil Ihsan Universitas Komputer Indonesia 2020 mengenai Pembingkaiian Berita Pekan Olahraga Nasional (PON) XIX dan Pekan Paralympic Nasional (PEPARNAS) XV Jawa Barat pada Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar.
3. Skripsi Shirley Suandrea Chandra Universitas Komputer Indonesia 2013 mengenai Pembingkaiian Berita Keterlibatan Artis Raffi Ahmad dalam Kasus Narkoba di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar Edisi Januari-Februari 2013.

Tabel 2.1
Tinjauan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Tita Salsabila, Universitas Komputer Indonesia, 2019	Pembingkaiian Berita Banjir Jatiendah di Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 11, Februari 2019.	Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif analisis <i>framing</i> model Robert N. Entman.	Harian Umum Pikiran Rakyat menunjukkan kejadian ini sebagai isu kerusakan lingkungan akibat kelalaian manusia dalam menjaga lingkungan.	Pada peneliti terdahulu, Tita Salsabila, ia menganalisis terkait Berita Banjir Jatiendah sedangkan peneliti menganalisis Berita Kim Seon-Ho Terkait Pemaksaan Aborsi.
2.	Sayyidil Ihsan, Universitas Komputer Indonesia, 2020	Pembingkaiian Berita Pekan Olahraga Nasional (PON) XIX dan Pekan Paralympic Nasional (PEPARNAS) XV Jawa Barat pada Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar.	Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif analisis <i>framing</i> model Robert N. Entman.	Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar menunjukkan kejadian ini sebagai intensif	<ul style="list-style-type: none"> • Pada peneliti terdahulu, Sayyidil Ihsan, ia menganalisis terkait Berita Pekan Olahraga Nasional (PON) XIX dan Pekan Paralympic Nasional (PEPARNAS) XV

				mengenai kesiapan pelaksanaan.	Jawa Barat sedangkan peneliti menganalisis Berita Kim Seon-Ho Terkait Pemaksaan Aborsi. • Ia juga mengambil objek analisisnya dari Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar sedang peneliti mengambil objek analisisnya dari Pikiran Rakyat.com.
3.	Shirley Suandrea Chandra, Universitas Komputer Indonesia, 2013	Pembingkaiian Berita Keterlibatan Artis Raffi Ahmad dalam Kasus Narkoba di Harian Umum Pikiran Rakyat dan Harian Pagi Tribun Jabar Edisi Januari-Februari 2013	Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif analisis framing model Robert N. Entman.	Harian Umum Pikiran Rakyat mendefinisikan dengan adanya kasus tersebut sebagai pintu masuk untuk menyampaikan	Pada peneliti terdahulu, Shirley Suandrea Chandra, ia menganalisis terkait Berita Keterlibatan Raffi Ahmad dalam kasus narkoba sedangkan peneliti menganalisis Berita Kim Seon-Ho Terkait Pemaksaan Aborsi.

				kejahatan luar biasa kepada masyarakat. Sedangkan Harian Pagi Tribun Jabar mendefinisi kan kasus tersebut sebagai <i>warning</i> buat siapapun yang ada di Indonesia agar lebih berhati-hati terhadap penyebaran narkoba yang sudah menyebar dimana- mana.	
--	--	--	--	---	--

Sumber: Peneliti, 2021.

2.2 Tinjauan Konseptual

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya. Komunikasi menandakan bahwa suatu pikiran, makna atau pesan dianut secara sama. (Deddy Mulyana, 2007: 45-46).

Para pakar yang mendefinisikan hal tersebut dengan ungkapan yang berbeda, Carl. I. Hovland yang merupakan seorang pakar atau ahli komunikasi yang dikutip oleh Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menyatakan bahwa ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2003:10).

Carl. I. Hovland juga mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public Opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Carl yang dikutip dari Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is*

the procces to modify the behaviour of other individuals). Dalam berkomunikasi, tidak hanya sekedar memberitahu satu sama lain akan tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif. (Effendy, 2013)

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*Who, Says what, In which channel, To whom, With what effect?*”.

2.2.2 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada dasarnya adalah proses komunikasi yang membatasi komunikasi massa melalui media massa (media cetak dan media elektronik), masing-masing bentuk komunikasi massa memiliki ciri khasnya masing-masing. Melalui media massa, informasi atau informasi dapat dikomunikasikan kepada berbagai komunikator dan sejumlah besar komunikator dalam waktu yang bersamaan. Saat ini, tanpa disadari, dalam

peristiwa kehidupan kita sehari-hari, tidak mungkin lepas dari terpaan media massa. Banyak tindakan yang kita lakukan berdasarkan informasi yang diberikan oleh media massa. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dirumuskan oleh Bietmer dari Rahmat yang mengatakan bahwa komunikasi massa adalah informasi yang disampaikan kepada sejumlah besar orang melalui media massa (komunikasi massa adalah informasi yang disampaikan kepada banyak orang melalui media massa). Penyebar hanya menyampaikan informasi tanpa melalui siapa dan kelompok apa untuk menerima informasi tersebut, dan terkadang menggunakan media untuk proses komunikasinya. (Hikmat, 2019)

2.2.3 Pengertian Media Massa

Media massa merupakan alat komunikasi yang secara serentak dan cepat menyebarkan informasi kepada khalayak yang luas dan heterogen. Dibandingkan dengan alat komunikasi lainnya, keunggulan media massa adalah dapat mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan informasi hampir secara instan dalam waktu yang tidak terbatas. Kekhasan untuk dapat membedakan antara komunikasi massa dan komunikasi interpersonal terletak pada penerima (audiens) informasi tersebut. Pada awal perkembangannya, komunikasi massa sebagai suatu penelitian ilmiah dimaknai dalam masyarakat massa sebagai khalayak komunikasi. Konsep masyarakat massa memang merupakan istilah yang sering digunakan dalam bidang sosiologi untuk

menggambarkan masyarakat dan lembaga-lembaganya di negara-negara industri maju. (Nurudin, 2007)

Menurut *Leksikon Komunikasi*, media massa adalah “*sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar*”. Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Media adalah bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain (Soehadi, 1978:38). Media Massa adalah sarana komunikasi massa dimana proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak.

Salah satu media massa yang sekarang sedang naik daunnya adalah Media Sosial atau *Social Media*. Media sosial adalah media daring (dalam jaringan) yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses interaksi antara *user* satu dengan *user* lain, serta mendapatkan sebuah informasi melalui perangkat aplikasi khusus menggunakan jaringan internet. Tujuan dari adanya *social media* sendiri adalah sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan antar pengguna dengan cakupan

wilayah yang sangat luas. Agar pengguna media sosial (medsos) lebih mudah dan cepat, dibutuhkan koneksi internet yang stabil dan cepat. Anda tidak perlu lagi menghubungi orang lain melalui kabel telepon atau alat komunikasi tradisional. Cukup dengan mengakses media sosial, anda dapat terhubung dengan banyak orang, membuat forum, diskusi bersama, mengunggah aktivitas keseharian anda, dan lain sebagainya. Dan kini *platform* yang cukup banyak diminati oleh orang dipenjuru dunia adalah Instagram. Instagram adalah salah satu media sosial yang tengah digandrungi banyak orang. Penggunannya pun sangat beragam, mulai dari anak-anakl hingga orangtua. Mulai dari pelajar hingga pebisnis. Media sosial yang fokus pada *platform* berbagi foto dan video ini makin meroket popularitasnya hingga mampu disamakan dengan Facebook dan Twitter. Fitur-fitur menarik seperti *filter*, *Instagram Story*, *IGTV*, dan kemudahan berjejaring lainnya membuat pesona Instagram mampu melekat di hati penggunanya. Saat diluncurkan untuk pertama kali pada 2010 silam Instagram mengklaim telah memiliki 25.000 orang pendaftar akun.

2.2.4 Pengertian Media Online

Media *online* yaitu media yang menggunakan internet, sepintas lalu orang akan menilai media *online* merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya media *online* menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga hubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan. Media *online* adalah media

massa yang bisa kita temukan di internet. Sebagai media massa, media *online* juga menggunakan aturan berita dalam sistem kerjanya. Sebagai salah satu media jaringan, internet merupakan media baru. Internet memiliki karakteristik media teknis, karakteristik fleksibel, potensi interaktif, privasi dan publisitas fungsional, pengawasan rendah, dan relevansi. Internet juga telah menciptakan gerbang baru bagi organisasi, dengan akses global dari seluruh penjuru dunia. Ketika digunakan dengan benar, sifat interaktif Internet dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan.

Dengan media massa manusia memenuhi kebutuhannya akan berbagai hak. Salah satunya dengan media *online* yang tergolong media paling baru. Media massa *online* tidak pernah menghilangkan media massa lama tetapi mensubstitusinya. Media *online* merupakan tipe baru jurnanisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnanisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita.

2.2.5 Pers

Pers adalah badan yang membuat penerbitan media massa secara berkala. Secara etimologis, kata *Pers* (Belanda), atau *Press* (Inggris), atau *Presse* (Prancis), berasal dari bahasa latin, *perssare* dari kata *premere*, yang berarti “Tekan” atau “Cetak”, definisi terminologisnya adalah “media massa cetak” atau “media cetak”. Menurut Gamle & Gamle, media massa adalah

bagian dari komunikasi manusia, dalam arti media adalah saluran atau sarana untuk memperkuat dan lebih memperkuat proses transmisi informasi antara orang-orang. Dalam Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999 menurut Keppres, jurnalistik adalah lembaga sosial dan alat komunikasi massa yang melakukan kegiatan jurnalistik, antara lain menemukan, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan mengkomunikasikan informasi berupa kata, suara, gambar, bunyi. dan gambar, Memperoleh data dan grafik dalam bentuk lain seperti melalui penggunaan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia. Secara umum fungsi dan peran media berita adalah sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, lembaga ekonomi dan kontrol sosial.

2.2.5.1 Pengertian Pers

Pers atau press digunakan untuk merujuk semua kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita. Pers dan jurnalistik dapat diibaratkan sebagai jiwa dan raga. Pers berasal dari perkataan Belanda pers yang artinya menekan atau mengepres. Kata pers merupakan padanan dari kata press dalam bahasa Inggris yang juga berarti menekan atau mengepres. Secara harfiah kata pers atau press mengacu pada pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantara barang cetakan. Pers adalah Jurnalistik adalah aspek jiwa, karena ia abstrak, merupakan kegiatan, dan menghidupi aspek pers.

Sumadiria dalam bukunya yang berjudul “Jurnalistik Indonesia” menjelaskan bahwa pers adalah:

“Pers dalam arti sempit hanya merujuk kepada media cetak berkala: surat kabar, tabloid, dan majalah. Sedangkan dalam arti luas, pers bukan hanya menunjuk pada media cetak berkala melainkan juga mencakup media elektronik auditif dan media elektronik audiovisual berkala yakni radio, televisi, film dan media on line internet. Pers dalam arti luas disebut media massa.” (Sumadiria, 2008)

Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Pokok Pers No. 40 Tahun 1999, yang terdapat di buku Sumadiria yang berjudul “Jurnalistik Indonesia” menyatakan bahwa pers adalah:

“Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia.” (Sumadiria, 2008)

Definisi diatas, bahwa pers merupakan lembaga sosial sekaligus wahana komunikasi massa yang *out put*-nya berupa kegiatan jurnalistik yakni mencari, memperoleh, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, memberikan gambaran yang sangat jelas dimana ada keterkaitan antara jurnalistik dan pers. Sebenarnya kaitan antara pers dan jurnalistik adalah pers sebagai lembaga atau organisasi yang menyebarkan berita sedangkan jurnalistik lebih kepada praktek atau kegiatan menyebarkan berita.

2.2.5.2 Fungsi Pers

Salah satu pakar komunikasi yang juga merupakan Dosen di Universitas Komputer Indonesia, Mahi M. Hikmat di dalam bukunya yang berjudul “Etika dan Hukum Pers” menjelaskan empat fungsi pers, yaitu:

1. *To Inform* (Informatif). Fungsi informatif yaitu memberikan informasi, atau berita kepada khalayak dengan cara yang teratur. Pers menghimpun beritayang dianggap berguna dan penting bagi orang banyak, kemudian menuliskanya dalam kata-kata, dan menyebarkanya ke publik. Setiap informasi yang disampaikan tentu harus memenuhi kriteria dasar suatu berita, yakni aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas, jernih, jujur, adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis, dan syarat berita lainnya. Dalam prinsip jurnalistik, syarat utama berita tersebut sering dirumuskan dalam 5W+1H (*what, who, where, when, why, dan how*). Sebuah berita atau informasi dianggap lengkap jika keenam pertanyaan tersebut sudah terjawab dengan komplit.

2. *To Educate* (Mendidik). Dalam konsep yang ideal, penyampaian informasi yang disebarluaskan pers dapat memberikan pendidikan kepada masyarakat, khususnya pembaca, pendengar, atau penonton. Dalam konteks ini, fungsi pers mendidik bermakna bahwa pers harus menyampaikan informasi yang berperan positif dalam mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan. Informasi yang

disebarkan pers sejatinya memberikan dampak positif, baik pada ranah kognitif, afektif, maupun psiomotorik pembaca, pendengar, dan penonton.

Dengan fungsi ini pula, pers harus dapat berperan sebagai guru yang memberikan pencerahan terhadap muridnya (pembaca, pendengar, penonton). Pers setiap hari melaporkan berita, memberikan tinjauan atau analisis atas berbagai peristiwa dan kecenderungan yang terjadi, serta ikut berperan dalam mewariskan nilai-nilai luhur universal, nilai-nilai dasar nasional, dan kandungan budaya lokal dari satu generasi ke generasi berikutnya secara estafet.

3. *To Entertain* Rekreasi/Penghibur. Fungsi pers yang ketiga lebih melekat pada media elektronik: radio dan televisi. Bahkan sebelum hadirnya televisi dan radio yang bervisi *news*, fungsi menghibur merupakan fungsi utama. Walaupun begitu bagi sebagian media besar elektronik, ampai saat ini fungsi menghibur tetap merupakan fungsi yang dominan. Bahkan kalau di persentasekan sebagian besar televisi dan radio menjalankan fungsi hiburannya di atas 80% dari 100% acara yang mereka tayangkan.

Fungsi ini memang mengamanatkan pers harus mampu memerakan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat, khususnya bagi pembaca, pendengar atau penontonya. Dalam media cetak,

fungsi menghibur ini pun dilakukan dengan memuat kisah-kisah dunia, baik yang nyata dalam bentuk *feature* atau fiksi berupa cerpen atau cerita bersambung, puisi, berita acara hiburan, berita seputar selebritis, humor, komik, dan lain sebagainya.

4. *To Influence* (Kontrol Sosial). Pers menjadi bagian yang memberikan kontribusi sesuai visinya membenarkan yang benar dan meluruskan yang salah. Pers berfungsi sebagai kontrol dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Hal ini di beberapa Negara, seperti Indonesia, melahirkan pers sebagai lembaga kekuatan keempat dalam konsep pemisahan kekuasaan dari Montisque atau dalam sistem pembagian kekuasaan seperti di Indonesia. Oleh karena itu, pers mendapat julukan *four estate*; pers adalah pilar demokrasi keempat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif.

Dalam kerangka ini, kehadiran pers dimaksudkan untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan *absolute*. Di Negara-negara yang menganut paham demokrasi, pers mengemban fungsi sebagai pengawas pemerintah dan masyarakat (*watchdoug function*). Pers juga harus bersikap independen atas menjaga jarak yang sama terhadap semua kelompok dan organisasi yang ada. (Hikmat, 2011:54-57).

Selain keempat fungsi utama pers tersebut, di jelaskan dalam buku Etika Hukum dan Pers oleh Mahi M. Hikmat (2011:7-59), masih terdapat fungsi-fungsi lain yang menjadi tambahan dalam konteks realitas yang dijalankan dengan baik oleh pers baik media cetak maupun elektronik. Fungsi-fungsi pers tambahan tersebut diantaranya:

1. Fungsi Ekonomi

Kehadiran pers di banyak Negara ikut mendukung berjalannya roda perekonomian. Pers ikut mengambil bagian dari upaya ikut membangun ekonomi Negara dengan tampil sebagai perusahaan perusahaan yang memberikan kontribusi besar bagi perkembangan ekonomi suatu Negara. Misalnya dengan ikut menciptakan lapangan pekerjaan, pembayaran pajak dan kegiatan ekonomi lainnya.

2. Fungsi Sosial

Undang-undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers, menyuratkan fungsi pers yang ada di Indonesia sebagai lembaga sosial. Hal itu dimainkan dengan melihat realitas yang selalu hadir di Indonesia akan bencana yang selalu hadir dan mengakibatkan rasa empati untuk kepada masyarakat lain. Sehingga banyak media cetak dan elektronik berlomba-lomba menyediakan, menampung dan menyalurkan setiap korban bencana dan kemiskinan yang didera

masayarakat yang terjadi, ternyata disikapi oleh insan pers Indonesia dengan kematangan fungsi sosial yang mereka perankan.

3. Fungsi Mediator

Pers adalah lembaga media sehingga fungsi utama pers adalah sebagai mediator, dimana berfungsi sebagai penghubung atau fasilitator, dengan memediasi berbagai kepentingan dan berbagai elemen dalam masyarakat.

4. Fungsi Mempengaruhi

Pers memiliki fungsi dapat mempengaruhi. Hal itu disadari lama dengan dibuktikannya banyak teori yang mengungkapkan kehebatan pers dalam mempengaruhi individu maupun kelompok. Pers memiliki mata pisau yang tajam untuk mengubah kognisi, afeksi dan psikomotorik individu atau kelompok, apalagi dengan era teknologi informasi yang makin canggih. Daya rangsang televisi dan internet dapat memberikan pengaruh besar terutama kepada anak-anak dan remaja yang belum memiliki daya filter yang kuat.

5. Fungsi Sejarah

Dengan kekuatan tulisan atau siarannya. Pers berfungsi juga sebagai juru tulis terhadap fakta-fakta yang terjadi di masyarakat. Fakta adalah sebuah sejarah bagi kehidupan massa depan, sehingga catatan pers-pers masa lalu bermakna historis bagi masa kini dan

catatan masa kini historis bagi masa depan. Bahkan, salah satu sumber otentik bagi catatan sejarah bagi para sejarawan adalah pers.

2.2.6 Berita

Para ahli mendefinisikan berita hanya dalam istilah surat kabar. Namun kini, media elektronik yang menyiarkan berita secara serentak juga harus diperhitungkan, karena *reality show* siaran berita di radio dan televisi berdampak besar terhadap jurnalisme surat kabar, termasuk kecepatan aktual atau nilai berita yang sampai ke publik. Oleh karena itu, di kalangan wartawan ada yang mengartikan “news” sebagai kepanjangan dari: *North: Utara East: Timur -West: Barat - South: Selatan*. Berita seperti *Four Winds* atau laporan dari seluruh dunia. Selain itu, media *online* juga turut meramaikan media massa sebagai media sosial, sehingga melahirkan jurnalisme *online* yang belakangan ini menyebar luas dan telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam pelayanan penyediaan informasi kepada masyarakat.

2.2.6.1 Pengertian Berita

Berita adalah informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang banyak. Dari definisi tersebut dapat dibedakan antara berita yang berdasarkan objektif (fakta) dan berita berdasarkan subjektif (opini) (Budyatna, 2009: 40).

“Berita adalah sesuatu yang termassa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena dia bisa menarik minat dan atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik perhatian para

pembaca untuk segera mungkin membaca berita tersebut.” (Sumadiria, 2008)

Paul De Massenner di dalam buku (Sumadiria, 2008: 64-65), menyatakan bahwa berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak. Sedangkan Dean M. Lyle Spencer mendefinisikan berita sebagai suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik sebagian besar pembaca.

Selain definisi-definisi berita di atas, Sumadiria memaparkan bahwa berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau portal berita berbasis internet.

Charneley dalam Effendy (181a: 129) mengatakan bahwa *“News is the timely report of facts or opinion of either interest or importance, or both, to a considerable number of people.”*

Spencer dalam Assegaff (1985: 23) mengatakan bahwa berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca. (Hikmat, 2018)

2.2.6.2 Konsep Berita

Tidak hanya definisi dari berita saja, sejumlah ilmuwan juga telah menyodorkan catatan konsepsi terkait dengan berita sehingga banyak sekali rujukan tentang konsep berita. Sedikitnya akan

disebutkan delapan konsep berita yang dapat dijadikan sebagai acuan. (Hikmat, 2018)

1. Berita sebagai laporan tercepat (*news as timely report*). Konsep ini menitikberatkan pada waktu terjadinya suatu peristiwa (*newsness*) sebagai faktor terpenting.

2. Berita sebagai rekaman (*news as record*). Berita yang tercetak dalam surat kabar merupakan bahan dokumentasi.

3. Berita sebagai fakta objektif (*news as objective facts*). Berita harus faktual dan objektif. Namun, nilai objektif untuk suatu fakta merupakan suatu hal yang membingungkan karena tidaklah mungkin ada objektivitas yang mutlak. Bagi wartawan, berita objektif adalah laporan mengenai suatu fakta yang diamanatinya tanpa pandangan memihak.

4. Berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*). Dalam situasi yang kompleks, yang menyangkut bidang politik, ekonomi, dan sebagainya. Suatu fakta dijelaskan agar pembaca mengerti. Mereka perlu diberi penjelasan mengenai sebab-sebabnya, akibatnya, situasinya, dan sebagainya. Hal itu berarti di balik berita (*news behind the news*). Untuk menggali dan menyajikannya diperlukan kepandaian dan kejujuran, tetapi bahayanya adalah prasangka (*prejudice*) terhadap suatu persoalan tertentu.

5. Berita sebagai sensasi (*news as sensation*). Di sini terdapat unsur subjektif yakni, bahwa sesuatu yang mengejutkan (*shock*) dan yang menggetarkan atau mengharukan (*thrills*) bagi pembaca yang satu akan berlainan dengan pembaca yang lain.

6. Berita sebagai minat insani (*news as human interest*). Berita menarik bukan karena pentingnya peristiwa yang dilaporkan, melainkan karena sifatnya menyentuh perasaan insani, menimbulkan rasa iba, terharu, gembira, prihatin, dan sebagainya.

7. Berita sebagai ramalan (*news as prediction*). Wartawan cenderung untuk menarik perhatian kepada masa depan daripada masa kini dan masa lalu karena minat pembaca terletak pada masa depan. Untuk itu diperlukan ramalan yang masuk akal (*intelligent forecast*).

8. Berita sebagai gambar (*news as picture*). Ilustrasi halaman surat kabar selain sifatnya semata-mata hiburan, seperti *comic strips*, juga mengandung nilai berita (*news value*). Banyak kejadian yang dilaporkan dalam bentuk gambar yang sering lebih efektif daripada kalau diterangkan dengan kata-kata (Mott dalam Effendy, 1981a: 130).

2.2.6.3 Unsur Berita

Berita adalah pemaparan fakta sehingga bersifat faktual. Dasar fakta ini juga yang membedakan berita dengan jenis tulisan yang lain, baik opini apalagi dengan iklan.

Untuk menyajikan fakta yang seperti itu tidak sesederhana sebagaimana fungsi pancaindra, tetapi perlu indikator yang riil yang dapat diterima dengan nalar yang sehat. Oleh karena itu, untuk memenuhi indikator berita yang berdasarkan fakta, maka para ilmuwan "sepakat" bahwa berita itu harus memenuhi unsur jawaban dari enam pertanyaan. Enam pertanyaan itulah yang lebih populer disebut 5W+ 1H.

Berita harus memenuhi jawaban dari *What*: "Apa yang terjadi", *Who*: "Siapa yang terlibat", *When*: "Kapan peristiwa itu terjadi", *Where*: "Dimana peristiwa itu terjadi", *Why*: "Mengapa peristiwa itu terjadi", dan *How*: "Bagaimana proses terjadinya". Dengan jawaban dari enam pertanyaan, maka dapat dianggap fakta yang merupakan dasar berita sudah terpenuhi, sehingga 5W+1H sering disebut sebagai rumus berita dan menjadi rujukan bagi para wartawan pemula ketika mencari berita. (Hikmat, 2018)

2.2.6.4 Syarat Berita

Suatu peristiwa dan pendapat dapat dijadikan berita apabila memenuhi syarat; 1) Menarik, 2) Penting, 3) Masih baru, 4) Aman

bila disiarkan, dan 5) Isi pesan harus mengandung nilai kebenaran (Wahyudi, 1991: 122). Selain itu, Wahyudi juga berpendapat bahwa suatu peristiwa atau ucapan mengandung nilai berita apabila peristiwa atau ucapan itu menarik, penting, atau mengandung nilai aktualitas, artinya, berita tentang sesuatu itu masih baru dan belum pernah disiarkan atau dipublikasikan sebelumnya. Suatu berita bernilai aktualitas tinggi apabila disajikan dengan jarak waktu yang tidak terlalu lama dengan kejadian peristiwa atau ucapan itu. Makin singkat akan makin tinggi nilai aktualitas suatu berita.

Selain aktual, suatu berita harus faktual. M. Wonohito dalam Wahyudi (1991: 138) berpendapat, bahwa fakta adalah: 1) *Something which is really happened*--sesuatu yang benar-benar terjadi--*Really Happened*, 2) *Something which is really true, the Truth*--sesuatu yang benar terjadi dan mengandung nilai kebenaran--*Really true; the Truth*. Dengan kata lain, fakta adalah situasi dan kondisi apa adanya, tidak ditambah dan dikurangi.

Menurut Susanto (1977: 96), berita yang disampaikan media massa Indonesia harus berisi informasi mengenai realitas sosial yang faktual, apa adanya sesuai dengan kenyataan, didukung oleh fakta, data objektif, dan aktual.

Dua aspek pesan yang sangat penting yang harus selalu ada dalam suatu berita di surat kabar adalah aspek aktualitas berita dan

objektifitas berita. Aktualitas adalah kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian di masyarakat pada khalayak. (Effendy, 2013)

2.2.6.5 Berita Online

Pengertian berita *online* adalah laporan mengenai suatu peristiwa yang dikemas oleh media sebagai sarannya yang berisi mengenai sebuah peristiwa atau kejadian yang akan dipublikasikan berupa berita (*news*). Menurut Hall dalam bukunya *Online Journalism* menjelaskan bahwa berita *online* memiliki pengertian yaitu: “Berita *online* adalah jurnalisme seperti yang telah dipahami secara historisnya dikemas ulang atau muncul radikal bentuk.” (Hall, 1992:4)

Pernyataan diatas menunjukkan bahwa berita *online* adalah proses pengemasan ulang dalam sebuah berita yang melalui saluran berupa media *online*. Tanpa mengubah dari pengertian berita tersebut. (*Analisis Semiotika Foto Jurnalistik Pada Media Online Suarabobotoh.Com Bandung Edisi Foto Persib Juara 9 November 2014_BAB 2*, n.d.)

2.2.7 Pengertian Framing

Menurut Sudibyo dalam Sobur. Pada awalnya *framing* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh lagi oleh Ervin Goffman pada tahun 1974. Goffman mengandaikan *framing* sebagai kepentingan-

kepentingan perilaku (*strips of behaviour*) yang membimbing individu dalam membaca realitas. (Sobur, 2002)

Konsep *framing* kini telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realitas oleh media massa. Namun konsep *framing* atau *frame* sendiri sebenarnya bukan murni konsep ilmu komunikasi, tapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologis). Oleh karena itu menurut Sudibyo konsep *framing* dalam studi media massa banyak mendapat pengaruh dari lapangan psikologi dan sosiologi.

Dalam ilmu komunikasi, konsep *framing* sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media massa. *Framing* dapat dipandangan sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu-isu tertentu mendapat alokasi lebih besar dari isu yang lain.

Dengan kata lain analisis *framing* dapat dipakai untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandangan yang digunakan oleh wartawan atau media massa saat mengkonstruksi fakta, yaitu dengan mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti agar lebih diingat, untuk mengiringi interpretasi khalayak sesuai pespektifnya. (Sobur, 2002)

Menurut Ervin Goffman, secara sosiologis konsep *frame* analisis memelihara kebiasaan kita mengklasifikasi, mengorganisasi dan

interpretasi secara aktif pengalaman pengalaman hidup kita agar dapat dipahami. Skema interpretasi itu disebut *frames*, yang memungkinkan individu dapat melokalisasi, merasakan, mengidentifikasi dan memberi label terhadap peristiwa-peristiwa serta informasi. (Sobur, 2002)

Tood Gitlin mendefinisikan *frame* dengan konsep yang sama, sebagai seleksi penegasan dan eksklusi yang ketat. Ia menghubungkan konsep itu dengan proses memproduksi wacana berita dengan mengatakan, *frame* memungkinkan para jurnalis memproses sejumlah besar informasi secara cepat dan rutin, sekaligus mengemas informasi demi penyiaran yang efisien kepada khalayak menurut Gitlin, *frame* adalah bagian yang pasti hadir dalam praktik jurnalistik.

Menurutnya *frame* media atau wartawan tidak beda jauh dengan *frame* kehidupan sehari-hari yang sering kali kita lakukan. Kita bisa mbingkai dan membungkus realitas dalam suatu aturan tertentu, kemasan tertentu dan menyederhanakannya serta memilih apa yang tersedia dalam pikiran dan tindakan (Sobur, 2002 dan Eriyanto, 2008).

Ada beberapa definisi dari para ahli mengenai *framing* sebagai berikut.

Tabel 2.2
Definisi *Framing* dari Beberapa Ahli

<p>David E. Snow and Robert Benford</p>	<p>Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. <i>Frame</i> mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan</p>
--	---

	dalam kata kunci tertentu, sumber informasi dan kalimat tertentu.
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapat alokasi lebih besar dari sisi lain.
Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan

	hubungan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.
William A. Gansom	Cara bercerita atau gugusan ide ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan kontruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkontruksi makna pesan-pesan yang ia terima.
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan membeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. <i>Frame</i> mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.

Sumber: Eriyanto. Analisis Framing: Kontruksi, ideologi dan politik media. Yogyakarta. LKIS. 2002.

2.2.7.1 Analisis *Framing* Model Robert N. Entman

Robert N. Entman dan Eriyanto adalah seorang ahli yang meletakkan dasar dasar bagi analisis *framing* untuk studi isi media melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. (Eriyanto, 2008a)

Dalam konsep Entman, *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berfikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Entman menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Sehingga *framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari pada isu yang lain. (Eriyanto, 2008a)

Tabel 2.3
Model *Framing* Robert Entman

<i>Define Problems</i> (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/ isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose causes</i> (Memperkirakan masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap

atau sumber masalah)	sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi masalah?
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Sumber : Eriyanto. Analisis Framing: Kontruksi, ideologi dan politik media. Yogyakarta. LKIS. 2002.

Define problem (pendefinisian masalah) adalah elemen pertama yang merupakan *master frame* bingkai yang paling utama pada bagian ini dijelaskan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan.

Diagnose causes (memperkirakan penyebab masalah) merupakan elemen *framing* untuk membingkai penyebab masalah dalam suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa (*what*), tetapi juga siapa (*who*) yang dianggap sebagai sumber masalah. Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa atau siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Lebih luas lagi bagian

ini akan menyertakan siap atau apa yang dianggap sebagai penyebab masalah dan korban.

Make moral judgement (membuat pilihan moral) adalah elemen *framing* yang ketiga yang dipakai untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang dibuat. Ketika masalah yang sudah didefinisikan, penyebab masalah yang sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut.

Elemen *framing* yang terakhir adalah *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian masalah). Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian ini tertentu tergantung pada bagian peristiwa itu dilihat dan siapa atau apa yang di pandang sebagai penyebab masalah (Eriyanto,2002 : 189-191).

2.2.8 Konstruksi Realitas Sosial Media Massa

Konstruksi realitas sosial terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L Berger dan Tomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul “*The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge*” (1966). Ia mengatakan proses sosial terjadi melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Bungin, 2011a)

Proses konstruksi sosial media massa dapat diidentifikasi melalui proses sebagai berikut:

1. *Menyiapkan Materi Konstruksi*

Tugas redaksi media massa yaitu untuk menyiapkan bahan konstruksi realitas sosial media massa, dan tugas tersebut didistribusikan kepada redaktur di berbagai media massa. Setiap media massa memiliki *desk* yang berbeda berdasarkan kebutuhan dan visi media tersebut. Isu-isu penting setiap hari menjadi pusat perhatian di media massa, terutama yang berkaitan dengan status, kekayaan, dan perempuan. Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial yaitu :

- a. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelipatgandaan modal.
- b. Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah juga untuk menjual berita demi kepentingan kapitalis.
- c. Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

Dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memposisikan diri pada tiga hal tersebut di atas. Namun pada umumnya keberpihakan pada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak harus menghasilkan keuntungan.

2. *Sebaran Konstruksi*

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah *real time*. Media cetak memiliki konsep *real time* terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan beberapa mingguan atau bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real time* yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media.

3. *Pembentukan Konstruksi Realitas*

a. *Pembentukan Konstruksi*

Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, dimana pemberitaan telah sampai pada pembaca yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat

melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. Pertama, konstruksi realitas membenaran; kedua, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; ketiga, sebagai pilihan konsumtif.

Tahap pertama adalah konstruksi membenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai sebuah realitas kebenaran. Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian.

Tahap kedua adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

Tahap ketiga adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, dimana seseorang secara tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan. Pada tingkat tertentu, seseorang merasa tak mampu beraktivitas apabila apabila ia belum membaca surat kabar.

b. Pembentukan konstruksi citra

Pembentukan konstruksi citra bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Dimana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model : 1) model *good news* dan 2) model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung

mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang ada pada objek itu sendiri. Sementara, pada model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk, dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri. (Bungin, 2011a)

4. *Tahap Konfirmasi*

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media massa, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi realita sosial. Ada beberapa alasan yang sering digunakan dalam tahapan konfirmasi, yakni:

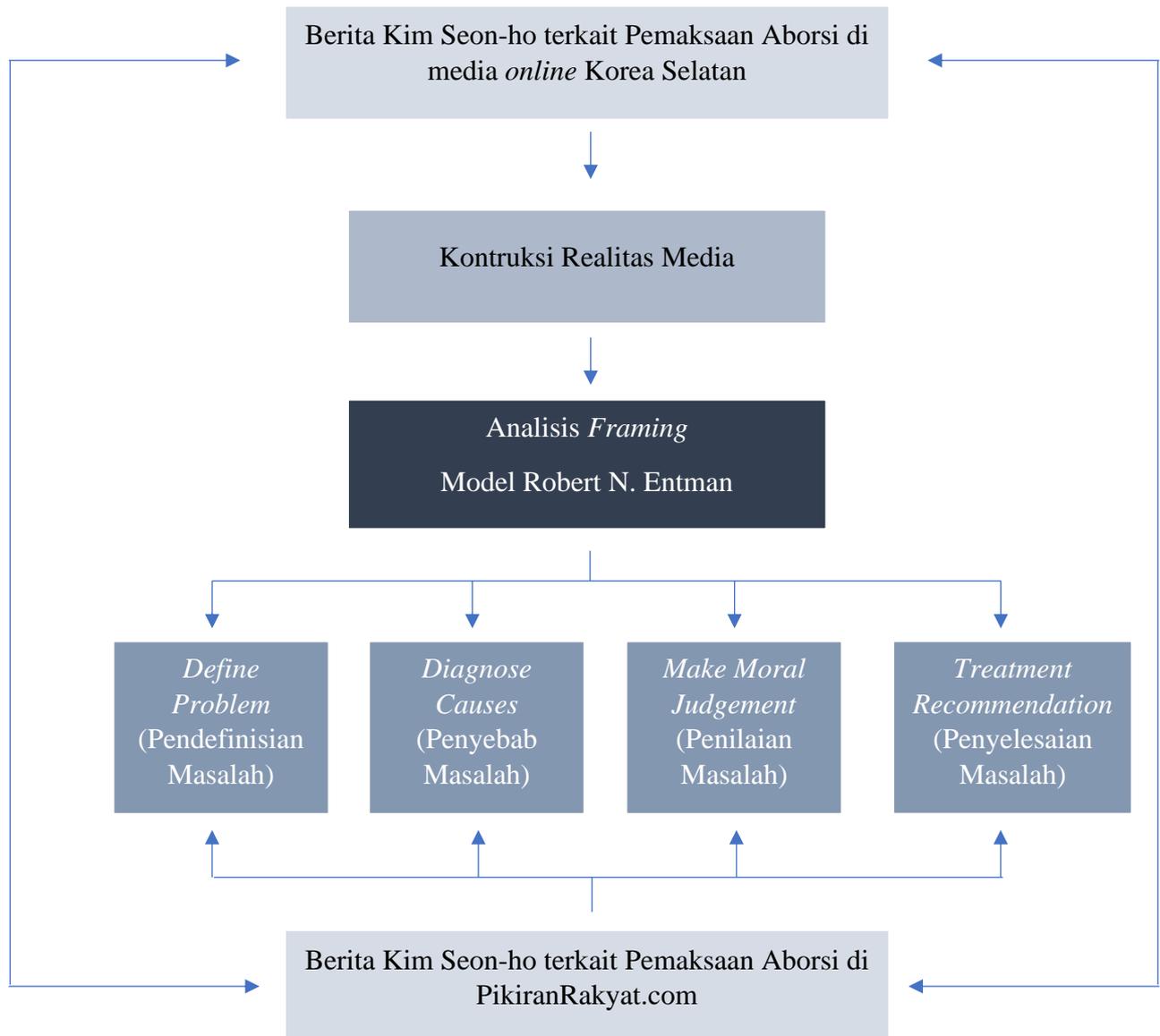
- a. Kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa
- b. Kedekatan khalayak dengan media massa merupakan gaya hidup masyarakat modern, dimana masyarakat modern sangat menyukai popularitas terutama sebagai subjek media massa itu sendiri.
- c. Media massa memiliki kemampuan mengkonstruksi realitas berdasarkan subyektivitas media massa itu sendiri dalam kehidupan seseorang

merupakan sumber pengetahuan tanpa batas yang sewaktu-waktu dapat diakses orang lain (Bungin, 2011).

2.3 Kerangka Pemikiran

Berikut gambaran peneliti bagaimana penelitian kerangka karangannya berjalan.

Gambar 2.1
Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2022.

Dari gambar skema kerangka pemikiran diatas, dapat digambarkan kerangka pemikiran penelitian yang akan peneliti lakukan dalam penelitian ini. Adapun penjelasan mengenai gambar diatas adalah sebagai berikut :

1. Berita yang menyebar kepada khalayak begitu cepat meluas yang akhirnya memungkinkan wartawan dalam mencari tahu lebih dalam, khususnya mengenai kasus aktor Korea Selatan Kim Seon-Ho Terkait Pemaksaan Aborsi tersebut. Peristiwa mengenai Kim Seon-ho Terkait Pemaksaan Aborsi merupakan bahan informasi dalam sebuah pemberitaan yang akan ditulis oleh para wartawan. Pemberitaan yang telah dibuat akhirnya turut disebarkan ke khalayak juga melalui media *online*.
2. Konstruksi realitas berita sebagai teori atau kerangka pemikiran teoritis dasar pada analisis *framing* dalam penelitian ini.
3. Melalui analisis *framing* dari Robert Entman, wartawan atau redaktur membagi berita tersebut menjadi empat elemen identifikasi masalah sebagai berikut :
 - a. *Define Problem* (Pendefinisian Masalah)
 - b. *Diagnose Causes* (Penyebab Masalah)
 - c. *Make Moral Judgement* (Penilaian Masalah)
 - d. *Treatment Recommendation* (Penyelesaian Masalah)
4. Pemberitaan yang dibingkai oleh PikiranRakyat.com dari berita yang telah ada sebelumnya menjadi hasil pekerjaan yang telah dilakukan oleh wartawan dan redaktur. Pada tahapan ini, yang menjadi pusat perhatian

penting dalam penelitian, yaitu hasil berita dari yang telah dibuat oleh wartawan.

Berita sebagai hasil pekerjaan yang telah dilakukan oleh wartawan dan redaktur. Pada proses tahapan ini yang menjadi pusat perhatian penting dalam penelitian, disini hasil berita dari yang telah dibuat oleh wartawan. Dalam memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat, peran media sangat penting untuk menyajikan informasi apapun. Maka penting tidak pentingnya suatu informasi berita, tergantung pada penekanan media massa dalam memberitakan peristiwa informasi yang akan disampaikannya. Institusi media massa akan berlaku selektivitas dalam menyajikan sebuah berita, dengan membuah pilihan akan kelayakan berita yang akan diberitakan kepada khalayak, dan setiap media mempunyai pandangan yang berbeda pada dalam setiap menyajikan realitas berita. Berdasarkan bahan penelitian yang dilakukan peneliti, maka berdasarkan pendekatan atau paradigma Peter L. Berger bahwa realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan, akan tetapi sebaliknya ia di bentuk dan dikonstruksikan. Dengan pemahaman ini realitas tidak semata-mata hanya terjadi begitu saja melainkan ada tujuan dan maksud lain dari penyampaian sebuah realitas yang terjadi. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda pada suatu realitas, berdasarkan pengetahuan, pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan sosial akan menafsirkan realitas konstruksi yang dibangunnya.